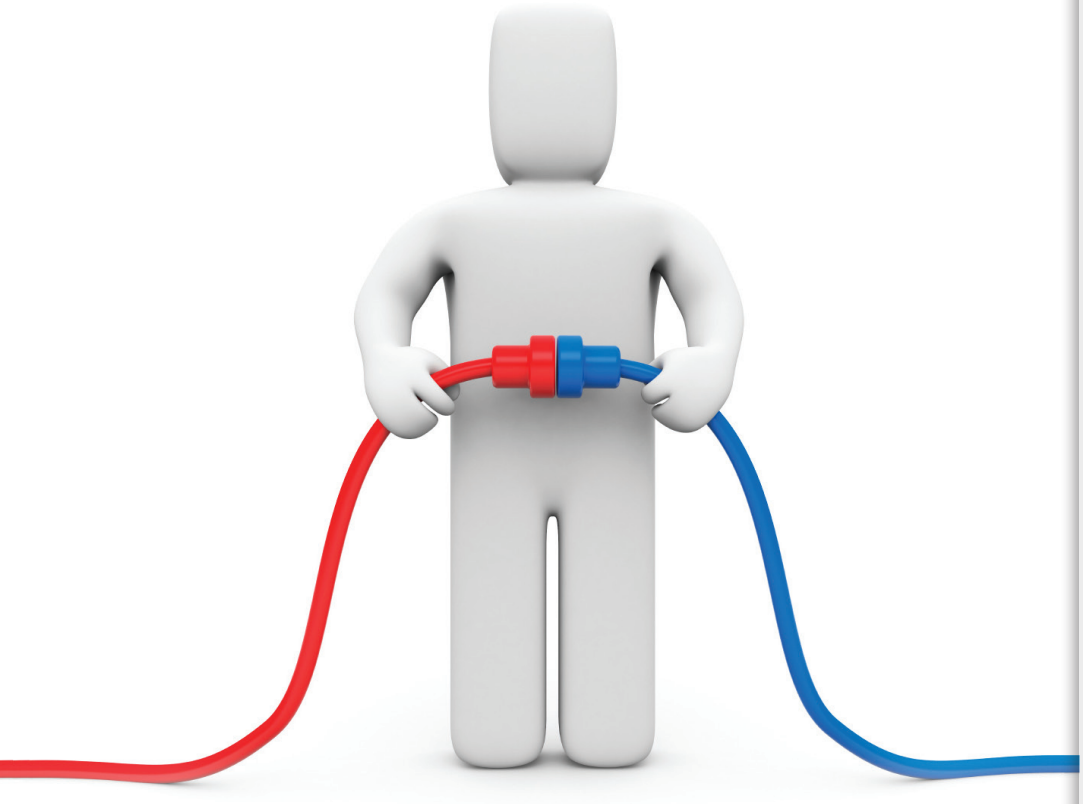
ACCÈS ÉTATS-UNIS

volume 2, nº 2, 8 avril 2014



Accès États-Unis
Information stratégique et affaires internationales

3 **Éditorial**

6 **La qualité de vie, parmi les critères d'investissement aux États-Unis**
Qualité de vie ▪ Sélection de sites ▪ Outils de comparaison ▪

8 **Atlanta, véritable locomotive économique**
Région Sud des États-Unis ▪ QuickStart ▪ ERAI ▪

11 **1 CAD → USD**
90,3 cents
(moyenne - 30 jours)

14 **20e anniversaire de l'ALENA - Les nouveaux défis de croissance pour les entreprises : le point de vue de trois attachés commerciaux**
Entrée sur le marché ▪ Juste-à-temps ▪ Planification des exportations ▪

MEQ

ACCÈS
ÉTATS-UNIS

Éditrice
Audrey Azoulay

Collaborateurs vol. 2, nº 2
Vahé Apélian, Marc Beauchamp, Louise Fortin, Alexandre Guillaume et Charles Orlowek

Coordonnatrice
Annie Hamel

Réviseur
Maryse Lavigne

Infographiste
Josée Mercier

Accès États-Unis est publié par
Manufacturiers et exportateurs du Québec
360, rue Saint-Jacques, bureau M201
Montréal QC H2Y 1P5
T 514.866.7774 ou SF 1.800.363.0226
F 514.866.9447

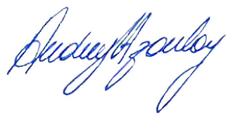
À propos de MEQ
Manufacturiers et exportateurs du Québec (MEQ) est une association dont la mission est d'améliorer l'environnement d'affaires et d'aider les entreprises manufacturières et exportatrices à être plus compétitives sur les marchés locaux et internationaux grâce à son leadership, son expertise, son réseau et la force de ses membres. MEQ est une division de Manufacturiers et exportateurs du Canada (MEC), la plus importante association commerciale et industrielle au pays fondée en 1871. meq.ca

ISSN 2292-2253

Éditorial

Audrey Azoulay
Directrice - Affaires publiques et relations gouvernementales

Il y a 20 ans, les États-Unis, le Canada et le Mexique s'alliaient autour de l'Accord de libre-échange nord-américain, l'ALENA. Le Québec a plutôt bien profité de cette ouverture commerciale, ses exportations internationales ayant globalement progressé de 2,5 milliards de dollars en janvier 1994 jusqu'à un premier pic de 6,6 milliards de dollars en octobre 2000. Depuis, le niveau des exportations québécoises oscille entre 5 et 6 milliards de dollars et, mis à part « l'accident » de l'année 2009, les expéditions internationales des entreprises québécoises réussissent à garder le cap : en février 2014, leurs exportations se sont élevées à 5,3 milliards de dollars[1]. Ce « maintien » est-il satisfaisant ? Les positions des entreprises québécoises en Amérique du Nord ont changé, l'appréciation du dollar canadien depuis 2002 et l'accélération de la concurrence des pays émergents depuis la même période ayant questionné la hauteur de leur compétitivité. Pour cette édition d'Accès États-Unis, trois délégués commerciaux installés aux États-Unis mettent en avant les principaux défis des entreprises québécoises sur le marché américain. Le point de vue est général, mais en faisant écho à une expérience terrain, il pousse l'évidence : il faut encore monter en gamme, intégrer davantage le juste-à-temps, et toujours mieux planifier les activités d'exportations. Atlanta. La ville serait une destination de choix pour poursuivre votre croissance au sud de la frontière et pas seulement parce qu'Expansion Québec vous y propose les services de son incubateur. L'histoire ne le raconte pas, mais Atlanta offre peut-être aussi une qualité de vie déterminante dans votre choix d'investissement.



Audrey Azoulay

[1] Statistique Canada, Commerce international de marchandises du Canada (base douanière) – Cansim 228-0060.

ACCÈS ÉTATS-UNIS

Les entreprises partenaires

Le Groupe CAI Global est un cabinet d'expert-conseil œuvrant comme stratège en projets d'investissement en servant d'entremetteur ou conseiller aux entreprises et gouvernements. Ces services s'articulent et combinent la stratégie pour projets d'investissement, la sélection de sites et la négociation d'incitatifs. caiglobal.com

Le réseau Expansion Québec propose des solutions flexibles d'implantation commerciale aux exportateurs québécois qui souhaitent accroître leur présence à l'étranger, la structurer davantage ou la consolider sur certains marchés. Expansion Québec s'appuie sur le réseau de 25 centres d'affaires d'Entreprise Rhône-Alpes International (ERAI) et vise d'ici 2015 l'ouverture d'une douzaine de centres d'affaires québécois, ce qui amènera le réseau combiné à une quarantaine de centres de services. expansionquebec.com

Export Québec, en collaboration avec son réseau de partenaires, offre des services individualisés ou de groupe adaptés aux besoins des entreprises québécoises afin de les préparer à l'exportation et de les aider à conquérir de nouveaux marchés. S'adressant à toutes entreprises, qu'elle soit petite, moyenne ou grande, faisant ses premiers pas sur les marchés étrangers ou déjà en opération à l'échelle internationale, Export Québec met à leur disposition un ensemble d'expertises afin de les aider à : augmenter leur chiffre d'affaires et leurs profits par le biais des marchés extérieurs ; consolider leur présence à l'extérieur du Québec ; diversifier leurs clientèles ; établir un réseau d'affaires mondial performant ; bénéficier d'économies d'échelle ; augmenter la durée de vie de leurs produits. Export Québec est une entité du ministère des Relations internationales, de la Francophonie et du Commerce extérieur. export.gouv.qc.ca

CAI Le Groupe CAI Global

EXPANSION QUÉBEC

Export Québec

Une unité de

Relations internationales, Francophonie et Commerce extérieur Québec

Formation pour dirigeants

Réussir à l'international

Manufacturiers et exportateurs du Québec (MEQ) vous propose un atelier de haut niveau destiné aux dirigeants d'entreprises manufacturières cherchant les pistes d'un développement international de leurs activités.

Cet atelier d'une journée permet aux participants de répondre aux principaux enjeux liés à l'internationalisation et d'obtenir des solutions concrètes de gestion ainsi que des outils décisionnels qui leur permettront de dépasser les obstacles à un positionnement stratégique sur les marchés étrangers.

Programme de la journée /

/ Identifier les avantages spécifiques à votre entreprise d'une expansion internationale
/ Gérer les opportunités de croissance et contrôler les risques
/ Préparer l'ensemble de l'entreprise à l'internationalisation : mode d'emploi
/ Choisir la meilleure approche stratégique pour optimiser les chances d'une réussite durable
/ Bâtir un plan d'affaires à l'international

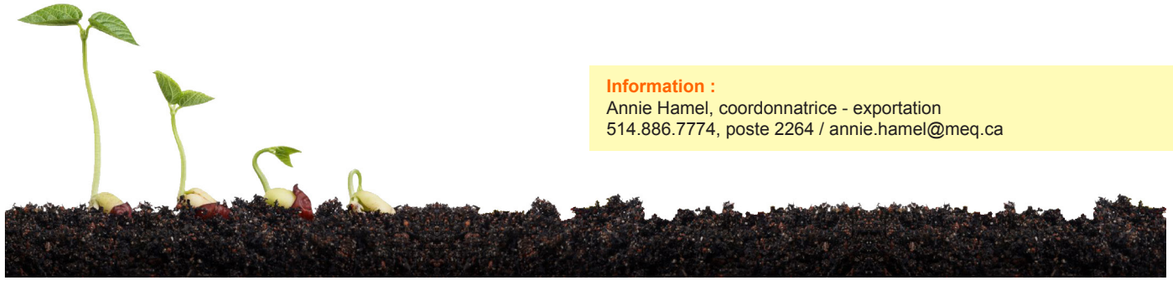
En partenariat avec

Preventa — LA VALEUR AU CŒUR DU RISQUE

Formateurs /

Serban Teodoresco, ing., MBA
Président de Preventa Inc.
Spécialiste dans le développement d'entreprises innovatrices et la gestion des risques stratégiques.

Egderto (Gib) de Medeiros, ing., PhD
Président-directeur général et co-fondateur de Key Factors Consulting
Membre exécutif dans différentes entreprises multinationales, notamment dans les secteurs des technologies de l'information, de l'emballage, de l'ingénierie, la consultation, l'édition et les médias.



Information :
Annie Hamel, coordonnatrice - exportation
514.886.7774, poste 2264 / annie.hamel@meq.ca

La qualité de vie, parmi les critères d'investissement aux États-Unis

Pour une entreprise, la décision d'implanter son entreprise sur un nouveau marché repose sur une multitude de facteurs. Souvent quantifiables, les indicateurs qui influenceront la décision sont plus ou moins importants en fonction de la nature de l'investissement et des cibles de l'entreprise. Certaines accorderont davantage d'importance au réseau de transport ou encore à la disponibilité énergétique. D'autres évalueront l'environnement d'affaires en se concentrant plus sur le taux de taxation, le coût de la main-d'œuvre, le coût de construction ou encore les incitatifs à l'investissement. Trop souvent, cependant, est oublié un critère de première importance : la qualité de vie, une véritable garantie au dynamisme économique.

Qualité de vie et qualité de la main-d'œuvre : un lien évident

La qualité de vie d'une communauté est un facteur jouant directement sur la qualité de la main-d'œuvre qualifiée, et pour laquelle il est inutile de justifier l'importance du point de vue d'une entreprise : la qualité et la disponibilité de la main-d'œuvre déterminent la rentabilité à long terme de tout investissement. Les milieux offrant une bonne qualité de vie sont un facteur d'attractivité pour les travailleurs les plus qualifiés et pour les entreprises à la recherche de nouveaux sites. Dans une démarche d'investissement aux États-Unis, la qualité de vie d'une communauté doit donc être évaluée. De récentes publications[1] américaines sur le sujet placent la qualité de vie parmi les dix critères les plus importants dans la décision d'investir ou de s'implanter. Si la notion de qualité de vie a un contenu très subjectif, car associée à l'idée de satisfaction, de bien-être ou de préférences personnelles, certains sont plus communs et relativement quantifiables. On parle notamment du taux de criminalité, de la disponibilité et de la qualité des écoles, du niveau de sécurité, des environnements facilitant pour la vie familiale ou encore l'accès au logement.

« La qualité de vie d'un milieu a tendance à s'améliorer lorsque la croissance des travailleurs qualifiés est plus rapide que celle des travailleurs non qualifiés et des retraités. »

Business cannot remain healthy in a sick community

Lorsque vous entamez une démarche de sélection de sites et que vient le temps d'évaluer la qualité de vie, il existe certaines ressources qui permettent de comparer les communautés américaines. *Sperling Best Places* est un site Internet. Il présente un classement des communautés américaines sur différents thèmes : America's Most Playful Cities, the Best Cities to Relocate in America et the Safest Cities for Families with Young Children. L'Université Xavier a récemment développé un index intitulé American Dream Composite Index. L'indice évalue dans quelle mesure les habitants de chacun des États ont l'impression qu'ils accomplissent le fameux « American Dream » au sein de leur communauté. L'hypothèse considérée derrière cet index part de l'idée que les entreprises devraient privilégier la localisation de leur entreprise près des communautés où les habitants ont la forte impression de vivre le rêve américain.

Tant que possible, et bien que cela puisse paraître difficilement quantifiable, l'entreprise envisageant une nouvelle localisation, doit mesurer les éléments de qualité de vie et les placer dans le tableau de bord comparatif, parmi les autres critères de sélection de sites. Malgré le caractère subjectif de la notion de qualité de vie, il faut identifier les facteurs les plus neutres possibles et qui soient reconnus par la majorité des personnes engagées dans le processus décisionnel.

Si votre entreprise est engagée dans l'évaluation de sites pour un investissement, n'oubliez donc pas de considérer la qualité de vie. Comme le mentionnait un des pères de la stratégie d'entreprise Kenneth K Andrews : « Business cannot remain healthy in a sick community. » ■

areadevelopment.com

bestplaces.net

americandreamcompositeindex.com

[1] How important is qualty of life, Susan Avery, Area development, Dec/Jan 2008.

Marc Beauchamp
Vice-président et associé
Le Groupe CAI Global
T 514.982.0095
m.beauchamp@caiglobal.com

À propos de l'auteur :
Marc Beauchamp a contribué à l'élaboration de stratégies d'investissements pour plusieurs entreprises d'envergure au Québec et aux États-Unis. Il a également développé plusieurs services au sein de son entreprise ayant conduit à de nombreux mandats de sélection de sites en Amérique du Nord, ainsi qu'au développement économique de plusieurs régions au Canada et aux États-Unis. Monsieur Beauchamp possède une connaissance approfondie de la dynamique de l'attribution de mandats corporatifs à l'intérieur des multinationales. Il compte aussi une connaissance de l'investissement direct étranger dans les projets d'investissement, tant avec les partenaires d'affaires privés que publics.

Région Sud des États-Unis

Atlanta, véritable locomotive économique

Atlanta est la ville d'origine du soda le plus bu aux quatre coins du globe. Elle est aussi parmi celles qui incarnent les grands symboles de la mondialisation. Pour Claude Mangazol[1], professeur à l'Université de Montréal, elle représentait déjà en 1996, année où elle fût ville-hôte de la grand-messe olympique, ce à quoi allait ressembler le XXIe siècle : un règne du secteur tertiaire. Située dans le plus grand état américain à l'est du Mississippi, Atlanta dispose d'atouts évidents pour les entreprises voulant y implanter leurs activités.

Atlanta : un pôle d'attraction incontournable

Rien ne vaut quelques chiffres pour se convaincre du poids économique de la « Grosse pêche », comme on l'appelle aux États-Unis. Plus de 70 000 nouveaux arrivants viennent s'implanter chaque année dans la région métropolitaine d'Atlanta. En effet, la ville dispose de nombreux avantages. De nombreux pays étrangers implantent leurs consulats pour la région du sud-est américain. On y trouve également de très nombreuses chambres de commerce bilatérales, signalant l'intérêt particulier d'Altanta pour encourager les échanges internationaux et pour multiplier les contacts d'affaires. On notera également que l'aéroport international d'Atlanta est le premier au monde en ce qui concerne le nombre de passagers : près de 90 millions de personnes y transitent quotidiennement et l'aéroport propose plus de 80 destinations internationales en vol direct par jour.

Capitole de l'État de la Géorgie, Atlanta.¶

Ajoutez à cela les atouts géorgiens : un coût de la vie avantageux pour l'Amérique du Nord (selon la chambre métropolitaine d'Atlanta, il correspond à la moitié de celui de New York), des charges fiscales plus légères que celles des états de la côte est (l'impôt sur les sociétés est de 6 % en Géorgie) et une note de crédit (AAA) que seuls huit états américains peuvent se targuer d'afficher. Par ailleurs, l'état de Géorgie propose une grande flexibilité au niveau du travail et a développé un programme international de développement de la main-d'œuvre reconnu dans le monde entier : QuickStart, idéal pour former les jeunes qui sont effectivement très présents dans la région.

Le sud-est des États-Unis représente le premier marché en terme de population et de croissance économique au pays de l'oncle Sam avec 78 millions d'habitants qui, soit dit en passant, bénéficient de 2 738 heures d'ensoleillement par an, un avantage non négligeable.

Un écosystème d'affaires équilibré et prometteur

L'emploi dans la région métropolitaine d'Atlanta est plutôt diversifié, mais les services dominent évidemment l'économie locale. Les transports et les services publics occupent 23 % de l'emploi, les

Alexandre Guillaume
Directeur du Développement International
ERAI
T +33 (0) 4 81 13 01 40
alexandre.guillaume@erai.org

À propos de l'auteur :
Diplômé de l'École Supérieure de Commerce de Saint-Étienne et de l'EM Lyon (Programme Diriger Une Activité), Alexandre Guillaume a effectué toute sa carrière à l'international pour contribuer au développement des entreprises. En 1999, il devient Directeur Marketing de Chocolat Weiss et pour qui il a développé la filiale américaine. À son retour en France fin 2005, il intégrera un autre leader français du secteur des arts de la table, Revol Porcelaine où il est responsable du développement international, en particulier pour l'Asie, la région pacifique, la CEI et le Maghreb. Depuis 2008, Alexandre Guillaume travaille au sein d'ERAI en tant que directeur - Développement international.

services professionnels et commerciaux suivent avec 16 % et ceux de l'enseignement et la santé avec 12 %. Atlanta dispose d'une expertise reconnue en matière de chaîne logistique et fait partie des trois principaux marchés de fabrication et de distribution aux États-Unis avec Dallas et Chicago. Environ 40 % des sites de fabrication et de distribution nord-américains sont situés dans un rayon de 500 miles d'Atlanta.

Parmi les secteurs les plus porteurs, on retiendra en particulier une industrie de pointe sur le marché de l'énergie, dans l'aérospatiale et l'industrie automobile. Atlanta se démarque également dans les technologies informatiques (la sécurité notamment), les biosciences (dispositifs médicaux, système d'information pour la santé, R-D en vaccinologie) et les cleantechs. Entre autres, le *Smart Grid Technology Center of Excellence* de GE Digital Energy s'y est installé en 2010 et fournit des solutions dans le secteur de l'énergie. Les entreprises qui se sont installées dans la région d'Atlanta desservent très facilement une grande partie du marché américain : 80 % des consommateurs américains sont à moins de deux jours par camion.

Les services d'incubation d'Expansion Québec-ERAI

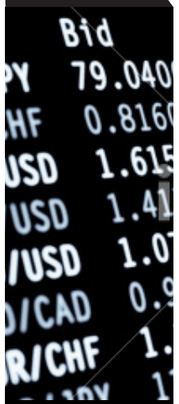
Grâce au partenariat ERAI-Expansion Québec, l'incubateur d'Atlanta est mis à la disposition des entreprises québécoises qui souhaitent se développer sur le marché américain. Les services de domiciliation et d'encadrement commercial permettent de s'y développer en toute sécurité et de manière efficace. Voici l'exemple de deux entreprises qui ont pu bénéficier des services de l'incubateur : Smart Use et Altiplano SAS.

Smart Use est une entreprise proposant des solutions pour l'annotation et la manipulation de plans, pour la construction notamment. Après s'être établie dans les bureaux d'Expansion Québec à New York, elle a choisi de domicilier son représentant couvrant le sud-est des États-Unis au sein du centre d'affaires d'Atlanta. L'entreprise avait à cœur de s'implanter dans une région dynamique économiquement avec un accès aisé à différentes zones économiques américaines.
smartuse.com

ALTIPLANO SAS est une société de holding spécialisée dans le domaine du tourisme et de loisirs de proximité. En octobre 2010, elle a choisi le bureau d'Expansion Québec-ERAI à Atlanta pour se développer. Sur place, l'équipe d'Expansion Québec-ERAI a apporté son expertise à Altiplano pour le développement des affaires, en œuvrant notamment en 2011 à la signature d'un partenariat pour la construction d'un parc d'aventures, le « Treetop Quest », qui a ouvert en septembre 2011 pour un investissement de 110 000 $ US.
altiplano-formation.fr

[1] Une métropole de l'ère globale : Atlanta, Claude Manzagol, Annales de Géographie, 1996.

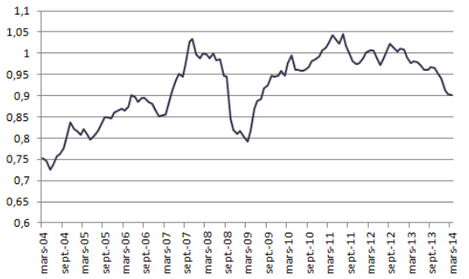
Une métropole de l'ère globale : Atlanta



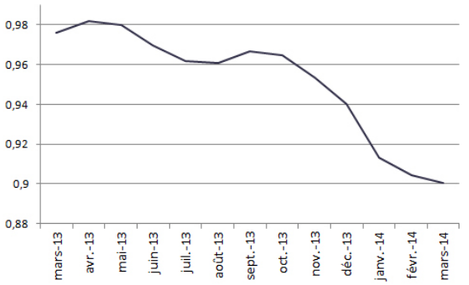
Taux de change 1 CAD → USD

Taux de clôture

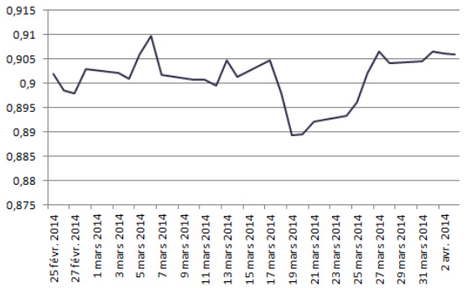
STAT.



Données mensuelles
Mars 2004 - Mars 2014



Moyenne mensuelle
12 derniers mois



30 derniers jours
30 derniers jours

Source : Banque du Canada

Le dollar canadien a globalement poursuivi en mars la tendance baissière qui le caractérise depuis maintenant plusieurs mois. Un discours du gouverneur de la Banque du Canada, Monsieur Stephen S. Poloz, a suscité certaines inquiétudes quant à la situation économique, faisant plonger la devise canadienne de 90,45 cents (taux de clôture en 17 mars) à 89,79 cents (taux de clôture en 17 mars). Le taux de change s'est ensuite progressivement replacé à la hausse pour clôturer au 31 mars à 90,46 cents.

■ Réglementation ■ Contrats publics ■ Logistique ■
Risque de change ■ Fiscalité ■ Nouveaux marchés ■
■ Réseaux internationaux ■ Taxation ■ Douanes
Matières premières ■ Grands projets ■ Coentreprise
■ Normes de produits ■ Incoterms ■ Certification ■
Propriété intellectuelle ■ Gestion internationale ■
■ Assurances ■ Transport ■ Commerce électronique
■ Missions économiques ■ Distribution ■ Marquage ■
Fret ■ Paiements internationaux ■ Taux de change ■
Travailleurs temporaires ■ Financement ■ Transit ■
Commerce de services ■ Occasions d'affaires ■
■ Mobilité internationale ■ Accords commerciaux ■
Marketing international ■ Tendances mondiales ■
■ Contrôle ■ Normes ■ Chaîne d'approvisionnement
■ Veille économique ■ Gestion internationale ■

ACCÈS ÉTATS-UNIS

Souhaitez-vous faire valoir votre expertise ?

Pour devenir partenaire d'Accès États-Unis :
Écrivez-nous à acces@meq.ca

20e anniversaire de l'ALENA / Les nouveaux défis de croissance pour les entreprises : le point de vue de trois attachés commerciaux

Vingt ans après son entrée en vigueur, l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), qui regroupe le Canada, les États-Unis et le Mexique, fait référence à un des plus imposants blocs commerciaux dans le monde. Le Québec a su lui-même en tirer parti, alors que ses exportations en biens vers les États-Unis ont atteint en 2013 un volume annuel de 46 milliards de $ CA.

À côté de la valeur du dollar canadien, du dynamisme de l'économie américaine et de la compétitivité des secteurs québécois, l'ALENA a évidemment été déterminant pour la présence des entreprises québécoises sur le marché américain. Ces dernières années, les exportations du Québec ont été affectées à la baisse sous l'effet d'un dollar fort, d'une compétition féroce de plusieurs pays comme la Chine, et des contrecoups de la crise financière de 2008-2009. La croissance a repris au cours des trois dernières années, mais certains défis subsistent pour les entreprises : un dollar canadien relativement élevé, la clause Buy American, des réglementations sévères, le rapatriement de la production au pays (re-shoring) et la révolution en cours dans le domaine de l'énergie.

C'est dans ce contexte que nous avons demandé à trois attachés commerciaux représentant le Québec aux États-Unis de nous faire part de leur lecture sur le terrain des principaux défis que vivent au quotidien les entreprises québécoises.

Défi nº1

Entrer sur le marché

« Le premier défi demeure aujourd'hui, pour les entreprises québécoises, leur stratégie d'entrée sur le marché américain dans le contexte d'un dollar canadien relativement fort. Au-delà du prix, la qualité et le service demeurent plus que jamais les facteurs déterminants. Des changements majeurs sont par ailleurs observés dans les réseaux de distribution pour le secteur de la construction en Nouvelle-Angleterre, un marché particulièrement important pour les manufacturiers québécois. Les produits québécois de gamme inférieure ont été déclassés dans les grandes surfaces, comme Home Depot, en raison de la compétition féroce des pays d'Asie. Les manufacturiers doivent dorénavant se positionner dans les autres réseaux de produits de moyenne/haut de gamme, tels que les salles d'exposition. Cette adaptation a aussi pour effet de modifier la stratégie d'entrée au profit d'une approche plus directe auprès des clients finaux, ce qui permet d'éviter la marge bénéficiaire habituellement accordée aux agents manufacturiers locaux. »

Défi nº2

Le juste-à-temps des chaînes d'approvisionnement

« Un défi majeur des entreprises québécoises se trouve dans leur capacité de s'imposer comme partenaires stratégiques dans les chaînes d'approvisionnement dans le contexte où une culture du « juste-à-temps » s'est imposée largement depuis les années 1990. Cela a placé les entreprises québécoises face à une multitude de défis pour s'adapter à cette évolution. Pour être considérés parmi les fournisseurs fiables, les entreprises doivent désormais avoir les capacités de garantir la performance, ce qui inclut notamment de pouvoir compenser les clients et forcer leurs fournisseurs à respecter les échéanciers. Pour le propriétaire ou le président de l'entreprise, il s'agit de s'appliquer dans le développement des relations avec les clients américains. En effet, les Américains valorisent le fait que dans les entreprises de moins grande taille, il devient possible de bénéficier d'un contact direct avec le premier décideur. C'est une carte spéciale dans le jeu des petites et moyennes entreprises aux États-Unis. »

Défi nº3

La planification des activités d'exportation

« La planification stratégique et financière des exportations prend aujourd'hui une importance renouvelée. Beaucoup d'entrepreneurs pensent que la participation à un événement commercial est suffisante pour exporter avec succès. Ce n'est pas vrai : l'exportation implique aujourd'hui plus que jamais le développement d'un réseau large et solide et requiert évidemment la mise en place d'une stratégie calibrée en fonction du marché cible. Il faut du temps, de l'argent et beaucoup d'énergie. Une planification gagnante nécessite la contribution d'un mentor ou d'un conseiller. Beaucoup d'embûches et d'erreur peuvent être évitées. » ■

Vahé Apélian
Attaché commercial
Délégation du Québec à Boston, région de Nouvelle-Angleterre
vahe.apelian@mri.gouv.qc.ca

À propos de l'auteur :
Vahé Apélian a joint le bureau du Québec à Boston en 1988, alors qu'il dirigeait une équipe de ventes au sein d'une multinationale américaine. Il a été depuis le point de contact pour des centaines d'entreprises en construction, composantes industrielles, transport terrestre et technologies environnementales sur l'ensemble du territoire de la Nouvelle-Angleterre. Les dernières années lui ont permis de constater à quel point la clause Buy American et le phénomène du re-shoring avaient un impact sur les entreprises québécoises exportatrices.

Secteurs prioritaires
/Construction /Sous-traitance industrielle /Sciences de la vie /Environnement /Technologie de l'information

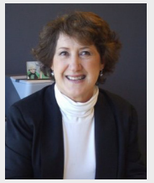
Bureau de Montréal
Marie-Michèle Brien
Export Québec
T 514.864.4168, poste 57564

Charles Orlowek
Attaché commercial
Délégation du Québec à Chicago, région du Midwest
charles.orlowek@mri.gouv.qc.ca

À propos de l'auteur :
Charles Orlowek est attaché commercial du Québec aux États-Unis depuis près de 30 ans. Il a développé au fil des années une grande connaissance du tissu industriel des États du Midwest à partir de Chicago. Il a su développer un vaste réseau de contacts dans des secteurs tels que les équipements de transport, l'aéronautique, l'agroalimentaire, l'informatique et la sous-traitance industrielle.

Secteurs prioritaires
/Équipements de transport /Matériaux de construction /Marchés publics /Mode /Énergie

Bureau de Montréal
Alexandra Lauzon
Export Québec
T 514.864.4168, poste 57570



Louise Fortin
Attachée commerciale
Délégation du Québec à Atlanta, région du Sud-Est
louise.fortin@mri.gouv.qc.ca

À propos de l'auteur :
Louise Fortin œuvre comme attachée commerciale depuis l'ouverture du premier bureau du Québec à Atlanta en 1978. Elle a depuis développé un important réseau d'entreprises québécoises dans les onze états du sud-est, dont le Texas, la Géorgie et la Floride. Elle suit en particulier les secteurs de haute technologie, notamment l'aéronautique, les technologies médicales et les véhicules spéciaux.

Secteurs prioritaires
/Aéronautique /Véhicules spéciaux /Technologies médicales /Agroalimentaire /Énergie et environnement

Bureau de Montréal
Daniel Dignard
Export Québec
T 514.864.4168, poste 57566

EXTRAIT DE L'ACCORD DE LIBRE-ÉCHANGE NORD-AMÉRICAIN

/Le Gouvernement du Canada, le Gouvernement des États-Unis d'Amérique et le Gouvernement des États-Unis du Mexique, ayant résolu **/DE RENFORCER** les liens privilégiés d'amitié et de coopération entre leurs nations **/DE CONTRIBUER** au développement et à l'essor harmonieux du commerce mondial ainsi qu'à l'expansion de la coopération internationale **/DE CRÉER** un marché plus vaste et plus sûr pour les produits et les services produits sur leurs territoires **/** **/DE RÉDUIRE** les distorsions du commerce **/D'ÉTABLIR** une réglementation claire et mutuellement avantageuse de leurs échanges commerciaux **/D'ASSURER** un environnement commercial prévisible propice à la planification d'entreprise et à l'investissement **/DE FAIRE FOND SUR** leurs droits et obligations aux termes de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce et d'autres instruments multilatéraux et bilatéraux de coopération **/D'ACCROÎTRE** la compétitivité de leurs entreprises sur les marchés internationaux **/DE FAVORISER** la créativité et l'innovation et d'encourager le commerce de produits et de services faisant l'objet de droits de propriété intellectuelle **/DE CRÉER** de nouvelles possibilités d'emploi et d'améliorer les conditions de travail et le niveau de vie sur leurs territoires respectifs **/DE S'ACQUITTER** de tout ce qui précède d'une manière compatible avec la protection et la conservation de l'environnement **/** **/DE PRÉSERVER** leur liberté d'action relativement à la sauvegarde du bien public **/** **/DE PROMOUVOIR** le développement durable **/DE RENFORCER** l'élaboration et l'application des lois et règlements en matière d'environnement **/DE PROTÉGER**, d'accroître et de faire respecter les droits fondamentaux des travailleurs /Les Parties au présent accord, en conformité avec l'article XXIV de l' Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce, établissent par les présentes une **ZONE DE LIBRE-ÉCHANGE /ÉLIMINER LES OBSTACLES** au commerce des produits et des services entre les territoires des Parties et à faciliter le mouvement transfrontières de ces produits et services **/FAVORISER** la concurrence loyale dans la zone de libre-échange **/** **/AUGMENTER** substantiellement les possibilités d'investissement sur les territoires des Parties **/ASSURER** de façon efficace et suffisante la protection et le respect des droits de propriété intellectuelle sur le territoire de chacune des Parties **/ÉTABLIR** des procédures efficaces pour la mise en oeuvre et l'application du présent accord, pour son administration conjointe et pour le règlement des différends **/CRÉER** le cadre d'une coopération trilatérale, régionale et multilatérale plus poussée afin d'accroître et d'élargir les avantages découlant du présent accord.

Le Groupe CAI Global

Stratégies d'investissements en capitaux

• • •

Sélection de sites

• • •

Négociations d'incitatifs

Pour de plus amples informations :
Xavier Paillat
Directeur, développement d'affaires

615, boul. René-Lévesque Ouest
Bureau 1120
Montréal QC H3B 1P5

T 514.982.0095, poste 226
x.paillat @caiglobal.com
caiglobal.com

Avec le soutien de

Export Québec

Relations internationales, Francophonie et Commerce extérieur Québec

MEQ